# PLAN D'ACTION STRATÉGIQUE

pour le développement économique des métiers d'art

Avril 1999

GROUPE DE TRAVAIL
SUR LES
MÉTIERS D'ART

Le secrétariat du Groupe de travail sur les métiers d'art est situé à la SODEC
au 215, rue Saint-Jacques, bureau 800, Montréal (Québec) H2Y 1M6.
Téléphone : (514) 841-2200. Télécopieur : (514) 841-8606.
Adresse électronique : info@sodec.gouv.qc.ca

Dépôt légal 1999
Bibliothèque nationale du Québec
ISBN 2-550-34165-1

## Les partenaires

Centre de formation et de consultation en métiers d'art (CFCMA)

Institut des métiers d'art du Québec (IMA)

Conseil des métiers d'art du Québec (CMAQ)

Société de développement des entreprises culturelles (SODEC)

# TABLE DES MATIÈRES


**Mot du président** 7

**Quelques renseignements utiles sur les métiers d'art** 9

**Impact économique** 9
**Un portrait parcellaire de l'activité économique** 9
**Les données brutes** 11
Entreprises et emplois 11
Mise en marché 12
Formation et perfectionnement 15
Regroupement professionnel 16

**1. INTRODUCTION** 19

**1.1 Le Groupe de travail sur les métiers d'art** 19
**1.2 Le processus de concertation** 22
Les consultations 22
Le Forum 24
**1.3 Le plan d'action** 25

**2. LES GRANDS AXES DE DÉVELOPPEMENT** 27

Entre l'artisanat traditionnel et le mode de production industriel 27
Englober plutôt que compartimenter 27
Un levier de développement régional 28
Des actions réalistes 29
La création 29
La production 30
La mise en marché 30
La formation et le perfectionnement 31
La structuration 32

**3. CRÉATION ET RECHERCHE** 33

**3.1 Encourager la création et la recherche** 33

**4. PRODUCTION** 35

**4.1 Améliorer les moyens de production** 36
**4.2 Accroître le financement** 37

**5. MISE EN MARCHÉ** 41

**5.1 Construire sur les acquis** 41
**5.2 Élargir les marchés** 42
**5.3 Développer les marchés extérieurs** 44
**5.4 Rejoindre les clientèles spécialisées** 45
**5.5 Créer une image de marque** 47

**6. FORMATION ET PERFECTIONNEMENT** 49

**6.1 Consolider le système de formation existant et en stimuler le développement** 50
**6.2 Assurer le développement des équipements voués à la formation** 51
**6.3 Assurer le perfectionnement des compétences** 52

**7. STRUCTURATION** 55

**7.1 Canaliser l'information** 55
**7.2 Développer l'entrepreneuriat** 56

ANNEXE A : Tableau-synthèse des actions et des mandats 59
ANNEXE B : Composition du Groupe de travail 67
ANNEXE C : Documents produits par le Groupe de travail 68

## Mot du président

Au XI$^{e}$ siècle, la reine Mathilde, par sa tapisserie, donnait aux métiers d'art ses lettres de noblesse. Pendant des siècles, les artisans furent au cœur de la vie des gens et leur importance demeura indiscutée jusqu'à ce que l'industrialisation ne remette en question leur pratique. Après quelques décennies de tâtonnement où l'artisanat s'apparentait souvent au folklore, les métiers d'art ont pris un tournant à la fin des années soixante et au début des années soixante-dix, et connu un renouveau important où l'aspect utilitaire de l'œuvre a progressivement cédé le pas à l'aspect artistique.

Bien qu'héritier de traditions centenaires, le secteur des métiers d'art a vu son rôle difficilement reconnu sur le plan culturel. Alors que l'intervention gouvernementale se faisait de façon massive et diversifiée dans les domaines du livre et du cinéma, elle se limitait essentiellement, dans le secteur des métiers d'art, au soutien à la formation. La reconnaissance, en 1983, des métiers d'art comme industrie culturelle et l'adoption, en 1988, de la *Loi sur le statut professionnel des artistes des arts visuels, des métiers d'art et de la littérature*, bien qu'elles aient constitué des étapes marquantes, n'ont pas engendré une action d'envergure en leur faveur.

Et pourtant le potentiel de croissance était et est toujours là, je dirais même de plus en plus : un vaste marché, jusqu'à maintenant peu et mal alimenté, est à nos portes; la compétence de nos artisans est reconnue; le secteur dispose d'un système de formation bien structuré dans un bon nombre de disciplines, d'une association professionnelle vigoureuse et d'un réseau potentiel de boutiques et de détaillants spécialisés. Il ne reste qu'à l'exploiter au mieux. Tout semble en place pour une avancée importante si l'aide de l'État vient, comme pour d'autres industries culturelles, servir d'élément déclencheur.

Le plan d'action qui suit est le fruit d'une consultation de l'ensemble des artisans. Ce travail de discussion, de consultation et de réflexion s'est déroulé sur plus d'une année. Le comité restreint a servi de bougie d'allumage, a alimenté et encadré les travaux tout au long du processus, bien appuyé par quelques permanents de la SODEC; les membres du comité de travail, dont la représentativité est remarquable, ont démontré beaucoup de ferveur et de passion à l'égard de leur métier et environ 300 artisans ont participé à cette démarche avec un vif intérêt. Cette mobilisation est significative et ce plan d'action qui en résulte jette des balises, propose des mesures qui constitueront, je l'espère, les assises d'un grand bond en avant des métiers d'art.

Guy Boivin

# Quelques renseignements utiles sur les métiers d'art

## Impact économique

Une étude sur l'impact économique du secteur de la culture sur le produit intérieur brut (PIB)[1] établissait que la contribution des entreprises et organismes en métiers d'art à l'économie québécoise et au produit intérieur brut s'élève à 45,4 M $. Cette activité générait, en 1992, plus de 900 emplois directs et indirects sur une base annuelle.

D'après ce modèle, chaque dollar dépensé directement par les entreprises du domaine des métiers d'art entraîne une contribution de 1,70 $ dans l'ensemble de l'économie québécoise. Il s'agit de la deuxième meilleure performance après le film qui génère 2 $ pour chaque dollar dépensé.

Ces données ne représentent qu'une partie de l'activité économique des métiers d'art. En effet, le volume de production est plus important que l'évaluation qui en a été faite, et qui, de plus, ne tient pas compte des importations. Les experts du domaine estiment que la production nationale ne fournit que 5 % à 10 % du marché de la consommation.

## Un portrait parcellaire de l'activité économique

Le portrait socio-économique de l'industrie des métiers d'art est parcellaire et présente une image incomplète du domaine en raison principalement de la difficulté à le définir avec précision. Ce problème de définition entraîne soit une exagération du nombre des artisans ou, au contraire, l'exclusion de certaines entreprises ou champs d'activités.

La Société québécoise de développement de la main-d'œuvre (août 1995) révèle que, selon le recensement de 1991, il y a au Québec 3 320 artisans et ouvriers spécialisés du domaine de la construction et des métiers d'art (1905 femmes, 57 % et 1415 hommes, 43 %).

1. Hardy, Gaétan, *Impact économique du secteur de la culture et des communications*, Direction de la recherche, de l'évaluation, des statistiques et de la Bibliothèque, ministère de la Culture et des Communications, novembre 1996, 95 pages.

Toujours en 1991, le revenu annuel moyen de ces artisans s'établit à 14 000 $, et 47 % d'entre eux habitent dans les régions de Montréal et de la Montérégie.[2]

Une étude publiée en 1993, par le ministère de la Culture et des Communications, révèle que l'industrie des métiers d'art compte entre 800 et 1 000 micro-entreprises dont la très grande majorité (environ 80 %) sont composées de trois employés ou moins.

Actuellement, le Conseil des métiers d'art du Québec (CMAQ) regroupe près de 600 artisans professionnels que l'on peut associer à environ 80 métiers.

**Ces données, malgré qu'elles renseignent sur l'ampleur du domaine, n'en réflètent pas toute l'étendue.**

Les entreprises qui recourent principalement à des ouvriers spécialisés pour la production des objets sont exclues des études.

Des entreprises importantes (ex. : *Les orgues Casavant*, *Les pianos Bolduc*, *Lasido* et son bras manufacturier *Guitabec*) sont exclues du domaine en raison de leur volume de production qui leur confère un statut industriel.

De nombreuses activités «artisanales» de service, telles les métiers du bâtiment ou de la restauration d'objets, ne sont pas considérées.

2. Ces données doivent cependant être pondérées, car elles incluent des ouvriers spécialisés qui ne sont pas habituellement reconnus comme artisans des métiers d'art (charpentiers, menuisiers, vernisseurs en finition et réparation de meubles).

## Les données brutes

### Entreprises et emplois[3]

Au Québec, 652 entreprises sont engagées principalement dans la production de métiers d'art. Les deux tiers d'entre elles (435) existent depuis plus de cinq ans et possèdent une longue et solide expertise acquise avec les années. En effet, 20 % d'entre elles ont entre six et dix ans d'existence, et 46 % sont en activité depuis plus de dix ans.

Plus de 60 % des artisans québécois sont des travailleurs autonomes. Ils gèrent seuls leur entreprise ou font appel occasionnellement à des pigistes ou à des sous-traitants pour certaines opérations.

**Une étude de Main-d'oeuvre et Sécurité du revenu (1989) trace le profil des entreprises à succès en métiers d'art.[4]**

Les entreprises à succès sont, à part égale, des entreprises incorporées ou des raisons sociales enregistrées.

L'âge moyen des répondants est de 40,5 ans. En moyenne, ceux-ci exercent leur métier depuis 15 ans, et ont une scolarité générale de 13,5 ans. Ils sont très actifs pour tout ce qui a trait à leur perfectionnement.

Les montants d'investissement varient considérablement selon le type de production et les projets de l'artisan.

Les principaux investissements sont effectués pour l'achat des équipements et de l'outillage. Pour le développement d'un atelier, un artisan professionnel doit s'attendre à investir de 40 000 $ à 50 000 $.

Lorsque les ventes augmentent, les artisans investissent davantage dans l'immobilier (local) et surtout dans le matériel de promotion.

3. Massé, Ginette, *Résultats de l'enquête sur le financement des entreprises des métiers d'art 1994*, Direction de la recherche, de l'évaluation et des statistiques, ministère de la Culture et des Communications, janvier 1995, 19 pages.
4. Gouvernement du Québec, ministère de la Main-d'œuvre, de la Sécurité du revenu et de la Formation professionnelle, *Portrait socio-économique des entreprises à succès en métiers d'art du Québec*, mai 1989, 78 pages.

Moins du tiers des artisans québécois dirigent des micro-entreprises qui emploient de une à cinq personnes sur une base régulière ou occasionnelle.

Seulement 5 % des entreprises comptent plus de cinq employés.

***Chiffres d'affaires***

Le chiffre d'affaires global du domaine s'établit à 45 M $ , avec une moyenne de 69 000 $ par entreprise.

Sept entreprises sur dix (71 %) ont un chiffre d'affaires inférieur à 50 000 $, alors que 15,4 % ont un chiffre d'affaires supérieur à 100 000 $.

## Mise en marché

***La vente au détail***

Selon une étude de Price Waterhouse[5], la vente directe est le principal mode de mise en marché utilisé par les artisans; 52 % des ventes sont en effet réalisées de cette façon. Le succès de ces ventes repose sur la tenue des salons des métiers d'art et des foires ainsi que sur les ventes faites à l'atelier. Il s'agit pour plusieurs artisans de la seule voie par laquelle ils écoulent leur production.

***Les salons de détail***

Le salon de détail (ex. : Salon des métiers d'art du Québec, Salon des métiers d'art du Saguenay-Lac-Saint-Jean, Salon des métiers d'art de l'Estrie, etc.) constitue la formule privilégiée par les artisans pour vendre leurs produits. Il s'agit de lieux protégés de la concurrence (représentée essentiellement par les objets industriels). Les artisans peuvent y écouler directement leurs produits sans intermédiaire, quelle que soit l'ampleur de leur production. Ce type de salon est bien intégré dans le mode de gestion des artisans.

***Les salons du cadeau***

Au Québec et au Canada, il n'existe aucun salon de gros réservé aux produits de métiers d'art. Ceux-ci n'existent réellement qu'aux États-Unis où l'ampleur et la quantité d'ateliers

5. Gouvernement du Québec, ministère des Affaires culturelles du Québec / Price Waterhouse, *L'industrie québécoise des produits de métiers d'art : les mécanismes à privilégier pour favoriser son développement*, décembre 1991, 79 pages.

d'artisans ainsi que la grande popularité des métiers d'art expliquent sans doute cette situation.

***Les boutiques et les galeries spécialisées***

Il est difficile d'évaluer avec précision le nombre de boutiques et de galeries spécialisées dans les produits de métiers d'art. On estime ce nombre à une trentaine en excluant les boutiques d'ateliers unidisciplinaires : joaillerie, meubles, vitrail, etc.

Par ailleurs, on évalue qu'il y aurait plus de 400 points de vente diversifiés où il est possible de retrouver des produits des artisans québécois, et il est établi que les produits québécois pourraient conquérir une place de plus en plus grande dans l'inventaire de ces commerces.

| **Répartition des ventes des artisans selon les réseaux de distribution, Québec** | **1990-1991** **%** |
|---|---|
| Ventes directes | 51,8 |
| Ventes aux détaillants | 17,7 |
| Ventes aux grossistes-distributeurs | 14,0 |
| Ventes à des institutions-compagnies | 10,3 |
| Ventes par la SOMART (disparue en 1991) | 6,2 |

Source: Price Waterhouse, 1991

***L'exportation***

En ce qui concerne l'exportation sur les marchés canadiens et internationaux, les métiers d'art sont probablement l'un des domaines dont le potentiel est à la fois le plus grand et le plus sous-estimé. En effet, n'étant pas restreints par quelque barrière linguistique que ce soit, ces produits sont accessibles au marché mondial.

Cependant, un seul programme gouvernemental est dédié explicitement à la commercialisation des produits culturels à l'extérieur du Québec. Il s'agit du programme Sodexport administré par la SODEC. En 1997-1998, l'aide consentie aux entreprises des métiers d'art a totalisé 217 000 $, incluant 75 000 $ accordés au Bureau d'exportation du CMAQ.

***La consommation***

Les études concernant la demande pour les produits de métiers d'art sont pour ainsi dire inexistantes. Quand elles existent, elles ne font pas la distinction entre les métiers d'art et les arts visuels. La parenté entre ces deux types de création rend difficile et arbitraire la distinction entre les deux; ce qui limite les connaissances sur les habitudes de consommation et sur le volume des ventes dans ce secteur.

Des données de 1990-1991, tirées de l'étude sur le Profil des Canadiens consommateurs d'art[6], établissent de la façon suivante la répartition des achats de produits de métiers d'art et d'arts visuels.

| **Répartition des acheteurs selon les endroits visités** | **1990-1991 %** |
|---|---|
| Boutique d'artisanat | 64,5 |
| Exposition d'artisanat (salons, foires, etc.) | 44,1 |
| Galerie municipale ou universitaire | 17,1 |
| Galerie d'art nationale ou provinciale | 26,6 |
| Musée national ou provincial | 38,8 |
| Galerie commerciale privée | 23,7 |
| Exposition d'art tenue ailleurs que dans un musée ou une galerie | 33,2 |
| Coopérative d'artistes | 8,2 |
| Festival d'arts visuels | 11,5 |

6. Consultants Cultur'inc inc. et Decima Research, *Profil des Canadiens consommateurs d'art 1990-1991 - Constats*, 1991.

## Formation et perfectionnement

**Rappel historique**

| | |
|---|---|
| 1921 | Fondation de l'École des beaux-arts de Québec |
| 1929 | École des arts domestiques de Québec<br>École des beaux-arts (Montréal) |
| 1935 -1957 | École du meuble de Montréal |
| 1942 | École des arts graphiques |
| 1958 -1968 | Institut des arts appliqués |
| 1968 -1969 | Réforme de l'enseignement au Québec (Commission Parent) et disparition des écoles spécialisées en métiers d'art dans le réseau de l'enseignement public |
| 1970 | Création des réseaux d'enseignement secondaire et collégial et mise en place des écoles polyvalentes et des cégeps |
| 1970 -1983 | Ateliers publics de formation en métiers d'art de Montréal (fonderie, tissage, céramique) |
| 1977 | Formation d'un comité interministériel sur la formation en métiers d'art |
| 1984 | Lancement du Plan national de formation en métiers d'art (PNFMA) parrainé par les ministères de l'Éducation, de la Main-d'oeuvre, de la Sécurité du revenu et de la Formation professionnelle et des Affaires culturelles |
| 1986 | Protocole d'entente entre le MEQ et le MESS concernant les activités de formation pour la main-d'oeuvre dans le secteur des productions artisanales |
| 1989 | Début des premiers cours d'ordre collégial |
| 1992 | Collation des diplômes des premiers finissants du collégial en métiers d'art |

***Le programme Techniques de métiers d'art***

Conformément au régime pédagogique du collégial, le DEC 573.01 en Techniques de métiers d'art est un programme professionnel dont l'objet principal est de préparer au marché du travail. Il doit donc déboucher sur une pratique du métier et favoriser l'autonomie professionnelle. Ce programme a démarré en 1989. Pour l'exercice financier de 1997-1998, son budget s'élevait à 3,3 M $, auquel s'ajoutait un montant de 1,1 M $ consenti aux écoles-ateliers par la SODEC afin de réaliser des activités de recherche, de diffusion et de soutien au milieu professionnel.

Les options offertes à Montréal sont la joaillerie, la construction textile, l'impression textile, la maroquinerie, le verre (à chaud) et l'ébénisterie artisanale. À Québec, les options offertes concernent la construction textile, la joaillerie, la lutherie, la sculpture, la céramique et l'ébénisterie artisanale.

***La fréquentation***

Les inscriptions en première année ont connu une progression constante passant de 72 en 1989 à 215 en 1994. Pour l'année scolaire 1997-1998, le nombre total d'étudiants inscrits au programme des deux cégeps s'établit à 563 étudiants.

Pour l'année scolaire 1996-1997, le nombre de finissants s'établit à 79, la majorité provenant des options ébénisterie artisanale et joaillerie.

**Une enquête réalisée en 1995 par le ministère de l'Éducation du Québec auprès des sortants (diplômés et non diplômés) du programme Techniques de métiers d'art[7] établit que :**

- moins d'une personne sur deux (44,1 %) a touché, entre octobre 1994 et septembre 1995, des revenus d'emploi provenant d'activités liées à la formation en métiers d'art. Ces personnes travaillent surtout comme artisans autonomes (50,7 %). Parmi ceux qui déclarent avoir obtenu des revenus associés à leur formation en métiers d'art, 56,3 % déclarent qu'ils sont inférieurs à 5 000 $;
- les répondants avaient le statut suivant : 53,5 % étaient des artisans autonomes, 23,9 % étaient salariés en atelier, 22,5 % étaient ouvriers spécialisés en industrie;
- 56 % espèrent démarrer leur propre entreprise et 11,8 % aimeraient parfaire leur apprentissage auprès d'un maître-artisan;
- 60 % des répondants avaient fait des études collégiales complètes ou partielles avant d'entreprendre des études en métiers d'art;
- 78,7 % des répondants ont affirmé que le DEC en métiers d'art était leur premier choix au moment de l'admission.

## Regroupement professionnel

La première véritable association professionnelle d'artisans (APAQ) a vu le jour à Montréal, en 1949, sous l'inspiration de Jean-Marie Gauvreau. Au début des années 60, les politiques de régionalisation du gouvernement du Québec ont davantage favorisé l'éclosion d'associations régionales. Ainsi, au début des années 80, on comptait 13 corporations

7. Gouvernement du Québec, ministère de l'Éducation, Direction générale de la formation professionnelle et technique (FGFPT), *Enquête sur l'insertion professionnelle des sortantes et des sortants du programme d'études collégiales en techniques de métiers d'art - Sortantes et sortants de l'hiver 1992 à l'été 1995*, mars 1996, 127 pages.

d'artisans vouées essentiellement à la promotion et à l'organisation de salons de métiers d'art qui profitaient alors d'une popularité sans précédent au Québec.

La *Loi sur le statut professionnel des artistes des arts visuels, des métiers d'art et de la littérature* et sur leurs relations avec les diffuseurs (L.R.Q. S-32.01), votée en 1988, amène les artistes concernés à se doter d'une association représentative de leur milieu. Le Conseil des métiers d'art du Québec (CMAQ), produit de la fusion de la Corporation des artisans de Québec (CAQ) et des Métiers d'art du Québec à Montréal (MAQAM), a été reconnu officiellement en 1989 par la Commission de reconnaissance des associations d'artistes pour assurer la défense des droits professionnels des artisans.

***Le Conseil des métiers d'art du Québec***

Le Conseil des métiers d'art regroupe environ 600 artisans professionnels et associés sur une base volontaire, contrairement aux autres associations des industries culturelles dont l'appartenance est dictée par la loi (ex. : Union des artistes). Le CMAQ est la seule association qui rassemble tous les métiers d'art du Québec en se basant sur une sélection établie par des critères techniques (maîtrise de base des métiers) et par l'activité professionnelle du requérant. La majorité de ses membres sont des artisans créateurs qui réalisent eux-mêmes leur production et assument leur propre distribution.

Les profils des praticiens des métiers d'art sont très diversifiés, allant du créateur et producteur d'objets de luxe, à l'artisan qui crée des prototypes pour fabrication en industrie ou en atelier, en passant par l'artisan qui reproduit à la main des objets anciens.

***Des associations disciplinaires et régionales***

Parallèlement au CMAQ, d'autres associations disciplinaires et régionales existent. Leurs mandats sont plus restreints, et circonscrits à une discipline ou à un territoire. Leurs critères d'adhésion ne correspondent pas nécessairement aux critères professionnels du CMAQ.

# 1. INTRODUCTION

## 1.1 Le Groupe de travail sur les métiers d'art

Depuis plus de vingt ans, le domaine des métiers d'art connaît des transformations liées à la fois à de nouvelles expertises des artisans et à l'évolution du marché. Durant cette période, l'essentiel des efforts des partenaires gouvernementaux et associatifs ont été concentrés vers des actions ponctuelles au bénéfice de l'une ou l'autre des disciplines. Aucun plan d'action national n'a permis le regroupement des forces vives du domaine dans un projet collectif de développement stratégique.

Au printemps 1997, les principaux intervenants ont décidé de concerter leurs efforts afin de favoriser le développement dynamique de cette industrie culturelle. D'où la mise sur pied d'un comité restreint, constitué de Manon Forget, directrice générale des programmes de soutien aux entreprises culturelles de la Société de développement des entreprises culturelles du Québec (SODEC), Yvan Gauthier, directeur général du Conseil des métiers d'art du Québec (CMAQ), et Alain Lallier, directeur général du Cégep du Vieux-Montréal.

Bien que de nombreux ministères et des organismes de nature diverse interviennent dans le domaine des métiers d'art, chacune des institutions formant ce comité restreint est interpellée directement par le milieu concerné. Ainsi, le CMAQ, à titre de corporation professionnelle, offre de nombreux services à ses membres et les représente à diverses tribunes; les cégeps du Vieux-Montréal et de Limoilou, qui chapeautent respectivement la formation donnée par l'Institut des métiers d'art (IMA) et le Centre de formation et de consultation en métiers d'art (CFCMA), jouent un rôle déterminant pour la relève; alors que la SODEC, par ses interventions financières, soutient le développement des entreprises.

Afin de doter le domaine des métiers d'art d'un plan stratégique de développement, le comité a créé, à l'automne 1997, un *Groupe de travail sur les métiers d'art* regroupant une quinzaine d'intervenants du milieu.

Monsieur Guy Boivin, l'actuel secrétaire général et directeur de l'administration et de la commercialisation au Musée de la civilisation, fut sollicité pour en assumer la présidence, en

raison de sa connaissance approfondie des domaines culturels et de sa vaste expérience professionnelle. En effet, au cours de sa carrière, il a occupé plusieurs postes de direction au sein du ministère des Affaires culturelles du Québec dont, notamment, celui de directeur général des arts et lettres, des musées et des industries culturelles.

Le mandat du Groupe de travail consistait essentiellement à mener un vaste processus de consultation du milieu, avec comme objectifs particuliers :

- de créer un consensus autour d'une vision d'avenir;
- d'établir les axes majeurs de développement;
- d'élaborer des stratégies d'action communes;
- d'orienter les décisions économiques et politiques;
- de proposer des actions réalisables d'ici trois à cinq ans.

Pour bien camper les travaux, un état de situation[8] a été réalisé sur la base des études existantes. Les questionnements qui y sont soulevés ont servi d'éléments déclencheurs aux consultations, lesquelles ont eu lieu dans diverses régions du Québec à partir de février 1998.

Il apparaissait indispensable au Groupe de travail que les consultations soient l'occasion pour le plus grand nombre de partenaires, principalement les artisans, d'exprimer leur vision et de se faire entendre sur les moyens et les outils à mettre en place pour garantir l'avenir des métiers d'art au Québec.

Pour ce faire, et pour être en mesure à la fin du processus de dresser un portrait socio-économique des métiers d'art à l'aube de l'an 2000, il fallait décloisonner le débat en tenant compte des facteurs suivants :

- Aujourd'hui, il est parfois difficile de définir ce qui fait d'un objet un produit de métiers d'art, tant l'évolution de cette industrie culturelle est caractérisée par l'apparition de nouvelles pratiques et la diversification des approches. Par exemple, un débat existe relativement à la pertinence d'accepter au titre de métiers d'art les entreprises qui recourent à des ouvriers spécialisés ou celles qui ont un volume de production important.[9]

8. Groupe de travail sur les métiers d'art, *État de situation et problématiques des métiers d'art au Québec*, janvier 1998.
9. Groupe de travail sur les métiers d'art, *op.cit.*, p. 2.

- Il faut prendre en considération également que tous les artisans professionnels ne sont pas membres du Conseil des métiers d'art du Québec et ne sont donc pas rejoints par cette association. Il n'y a que depuis peu que le CMAQ accepte les ateliers collectifs comme membres. Dans les faits, beaucoup d'artisans autonomes se retrouvent aussi très isolés.

- L'Institut des métiers d'art et le Centre de formation et de consultation en métiers d'art sont respectivement mandataires des cégeps du Vieux-Montréal et de Limoilou pour la mise en application du Plan national de formation en métiers d'art adopté en 1984. Plus d'une dizaine d'écoles-ateliers offrent actuellement la formation dans les options du programme d'études collégiales Techniques de métiers d'art, tandis que les cours de formation générale, de tronc commun et de gestion d'entreprise sont offerts par les deux cégeps.

- D'autres formations sont données hors des écoles-ateliers, soit par des maîtres (fonderie, vitrail, ferronnerie), soit dans des établissements de niveau secondaire (ébénisterie, joaillerie, etc.), soit dans d'autres institutions d'enseignement collégial et universitaire (mode, design, design industriel, ébénisterie, etc.).

Le Groupe de travail a donc entrepris le processus de consultation par un grand balayage. Toutes les directions régionales du ministère de la Culture et des Communications ont été informées de la démarche afin qu'elles diffusent l'information auprès de leurs clientèles. Des annonces ont été placées dans les principaux journaux du Québec, les publications des conseils régionaux de la culture, les différentes facultés des universités et les écoles. Des efforts spécifiques ont été faits pour rejoindre les étudiants et finissants des écoles-ateliers. Le CMAQ a publié l'information dans son bulletin et sur son site Internet. Des entreprises, des boutiquiers, des distributeurs ont été contactés.

En bref, tous les efforts ont été consentis pour faire parvenir l'invitation à participer aux consultations à tous ceux et celles qui se sentaient concernés par le développement des métiers d'art au Québec.

Les consultations ont permis d'entendre 300 artisans, enseignants, agents de distribution et partenaires gouvernementaux sur les problématiques liées à la création, la recherche, la formation, la production et la mise en marché. Les problématiques identifiées se sont avérées

pertinentes et les principaux constats ont pu être validés. C'est autour de ceux-ci qu'ont été formulées les pistes de solution, regroupées dans un document de travail pour le Forum.[10]

De plus, un ensemble de documents et de mémoires ont été présentés au Groupe de travail tout au long de la démarche de consultation, et colligés dans un document[11] qui est disponible sur demande.

## 1.2 Le processus de concertation

### Les consultations

Quelques consultations ont eu lieu à l'instigation de conseils régionaux de la culture, notamment à Hull (Conseil régional de la culture de l'Outaouais), à Saint-Jérôme (Conseil de la culture et des communications des Laurentides) et à New Richmond (Conseil de la culture de la Gaspésie). Les participants à ces rencontres étaient principalement des artisans autonomes, travaillant seuls et jonglant tant bien que mal avec l'ensemble des tâches à effectuer pour produire et mettre en marché.

Plusieurs possédaient une longue expérience professionnelle et une maîtrise de leur art, accompagnées d'une certaine reconnaissance publique. Les artisans en région ont témoigné des difficultés qu'ils rencontrent pour ce qui est de la rentabilité de leur entreprise, de la prise d'information, de l'éloignement des grands centres et des coûts liés aux déplacements.

Les consultations inscrites au calendrier et tenues à Montréal (2), Québec et Drummondville ont rassemblé un plus grand nombre de participants, issus de différents milieux : enseignants, étudiants, représentants, agents de développement (ministères, conseils régionaux, conseils municipaux), membres de coopératives, boutiquiers, et des artisans autonomes. Ces derniers, les travailleurs autonomes, ont souligné la nécessité de maintenir les acquis et de préserver les infrastructures en place, principalement les structures de vente directe (salons et autres) et les institutions de formation (écoles-ateliers et autres). Quant aux autres intervenants, ils se sont montrés davantage intéressés à développer de nouvelles idées en production et en mise en marché.

10. Groupe de travail sur les métiers d'art, *Forum sur les métiers d'art, un plan d'action pour l'avenir*, juin 1998.
11. Groupe de travail sur les métiers d'art, *Mémoires et autres documents*, août 1998.

Les artisans qui vivent selon un mode individuel de production et de vente souhaitent conserver ce mode de travail qui correspond bien à leur choix de vie. Pour eux, le développement du domaine repose, entre autres, sur des actions générales visant le rayonnement des métiers d'art et sur une plus grande notoriété, assorties d'un effort de développement des salons thématiques ou régionaux.

Dans ce groupe, il y a aussi les artisans qui s'inscrivent dans une démarche artistique. Ceux-ci souhaitent, notamment, avoir un meilleur accès aux boutiques de musée et autres lieux du genre, et réclament la mise en place d'une politique gouvernementale d'achat et de promotion des métiers d'art. Ainsi, la vision de développement exprimée par ces artisans se fonde sur leur pratique actuelle et vise surtout à faciliter la mise en marché de leurs produits.

Peu d'artisans œuvrant dans des ateliers où le volume de production est plus important ont participé aux rencontres. Tout porte à croire que soit ils se sentent exclus du reste du milieu gravitant autour du CMAQ, soit ils s'identifient davantage au monde du design ou de l'industrie qu'à celui des métiers d'art. De plus, ils sont moins nombreux, les chiffres indiquant que les deux tiers des artisans actifs sont des artisans autonomes. Aussi, le rôle économique des uns et des autres est significatif, car il est probable que leurs chiffres d'affaires globaux s'équivalent.

Un certain nombre d'artisans œuvrant dans des ateliers intermédiaires ont participé à une rencontre spéciale qui nous a permis de discuter de leurs problématiques particulières et de connaître leur vision du développement des métiers d'art.

Les ateliers intermédiaires[12] fonctionnent selon un modèle d'infrastructure industrielle exigeant un volume de production constant, des ventes échelonnées durant toute l'année ainsi qu'une capacité de croissance. Cette pratique les distingue des travailleurs autonomes et des besoins de ces derniers. En effet, l'attention des ateliers intermédiaires porte davantage sur la rentabilité de l'entreprise et l'amélioration des moyens de production et de distribution.

12. « L'artisan qui recourt de façon régulière à une main-d'œuvre spécialisée ou à des apprentis pour œuvrer dans son atelier, est un gestionnaire de micro-entreprise. Il dirige un atelier intermédiaire.» Groupe de travail sur les métiers d'art, *Forum sur les métiers d'art, un plan d'action pour l'avenir*, juin 1998, p. 7.

Ainsi, les rencontres confirment qu'au sein des métiers d'art, il y a une segmentation entre les artisans autonomes et les ateliers intermédiaires. Un plan de développement stratégique devra, entre autres, tenir compte de ces deux modèles.

Au fil des consultations et lors d'une rencontre particulière, plusieurs partenaires gouvernementaux concernés par les métiers d'art ont suivi avec intérêt les discussions. Nombre d'entre eux se sont montrés ouverts à modifier leur engagement selon les orientations du Plan d'action stratégique pour le développement économique des métiers d'art. Pour en citer quelques-uns : le ministère de la Culture et des Communications, le Conseil des Arts et des Lettres du Québec (CALQ), le Conseil des Arts du Canada, le ministère de l'Industrie, du Commerce, de la Science et de la Technologie, le Conseil des arts de la Communauté urbaine de Montréal (CACUM), le Service de la culture de la Ville de Montréal, le Bureau des arts et de la culture de la Ville de Québec, Patrimoine canadien, etc.

## Le Forum

Afin de susciter un débat public sur l'avenir des métiers d'art et de créer un consensus autour d'une vision d'avenir, il était prévu de faire suivre la série de rencontres par un forum.

Les rencontres avaient permis, dans un premier temps, de valider les constats énoncés dans le document intitulé *État de situation et problématiques des métiers d'art au Québec*, et de distinguer parmi les pistes d'action proposées lesquelles s'avéraient pertinentes.

Conséquemment, le document préparé pour les ateliers du Forum prenait en compte ces nouveaux éléments de la perception de l'état actuel des métiers d'art. Les sujets de discussion ont été regroupés sous quatre thèmes principaux : création et recherche, production, mise en marché, et formation et perfectionnement.

C'est M. Pierre Lafleur, sous-ministre de la Culture et des Communications du Québec qui, au nom de la Ministre, Mme Louise Beaudoin, a inauguré les travaux du Forum sur les métiers d'art qui a eu lieu le 19 juin 1998 au Cégep du Vieux-Montréal.

Des 140 personnes présentes, sans compter l'équipe de coordination et d'animation, les deux tiers participaient pour la première fois aux consultations. Plusieurs se sont montrées

enthousiasmées par l'événement et ont manifesté leur intérêt à renouveler l'expérience. Les participants ont particulièrement apprécié les ateliers, qui leur ont permis d'échanger sur maints sujets et d'avoir des discussions libres et fructueuses.

## 1.3 Le plan d'action

Le plan d'action arrive donc en fin du processus de consultation. Nous avons tenté, en le rédigeant, à la lumière de toutes les interventions qui ont été faites lors des consultations, du Forum et par l'entremise des documents et mémoires présentés au Groupe de travail, de dresser un nouvel état de situation des métiers d'art québécois à l'aube de l'an 2000, de dégager les orientations sous-tendant les grands axes de développement, et de formuler des actions concrètes et réalisables à court terme, ou méritant d'être explorées.

Le *Plan d'action stratégique pour le développement économique des métiers d'art* a été rédigé autour des thèmes de discussion des ateliers du Forum : création et recherche, production, mise en marché, et formation et perfectionnement. Dès le départ, avec la production du document faisant l'état de situation des métiers d'art, les chapitres avaient été scindés selon la chaîne organisationnelle de production, dont les différents maillons forment une boucle d'entraînement, chacun se répercutant sur les autres.

Toutefois, plusieurs vecteurs du développement des métiers d'art sont de nature globale. C'est pourquoi nous avons ajouté un chapitre intitulé *Structuration* afin d'incorporer des orientations qui permettront, entre autres, d'influer sur les prises de décisions économiques et politiques de façon concertée.

Afin de conserver le caractère concret des actions proposées, le Groupe de travail s'est efforcé, tout au long de la démarche, d'identifier le ou les partenaires les plus aptes à les réaliser. Mis à part les mandats incombant aux organismes membres du comité restreint, les mandats qui suivent chacune des actions proposées sont fournis à titre indicatif et devront faire l'objet d'ententes spécifiques avec les organismes concernés.

## 2. LES GRANDS AXES DE DÉVELOPPEMENT

### Entre l'artisanat traditionnel et le mode de production industriel

Dans les faits, « ... de l'artisanat à l'industrie il n'y a pas de coupure brusque : entre les exigences de l'art et les attraits de la productivité industrielle, l'artisan doit sans cesse définir un équilibre et établir des compromis. »[13]

Au même titre que d'autres créations (livres, disques, films), les produits des métiers d'art, de par leur appartenance à la fois au système culturel et à la chaîne économique, ne peuvent être traités uniquement sous l'angle des biens de consommation courante.

Au long des rencontres, certains critères caractérisant la production des métiers d'art ont été entendus : la maîtrise technique, le fait-main, le volume de production, la taille de l'entreprise, les qualités techniques de l'objet, la créativité, l'innovation ou la fonctionnalité de l'objet.

Selon l'importance plus ou moins grande qu'il accorde à l'un ou l'autre de ces éléments pour définir sa production, l'artisan se situe plus près de l'un ou l'autre des deux grands pôles que sont la création artistique et la production industrielle.

Étant donné l'oscillation plus ou moins constante entre ces deux pôles que vit la majorité des artisans, il devient inutile de tenter une définition du domaine qui satisfasse tous les intervenants.

### Englober plutôt que compartimenter

La démarche poursuivie par le Groupe de travail a confirmé les disparités de pratique ainsi que la diversité des créneaux d'intervention et d'intérêt des artisans.

D'ailleurs, cette pluralité des pratiques n'est pas l'apanage exclusif des métiers d'art. D'autres domaines de pratique ont dû, pour se développer, composer avec des diversités tout aussi marquées : les loisirs, le tourisme, le cinéma, etc.

---

13. Julien, Pierre-André et al, *L'avenir des métiers d'art au Québec, Tome 6, Québec, 1976, p. 248.*

Perçue positivement, cette grande variété constitue une force. Elle témoigne du dynamisme d'un secteur qui ne veut pas se scléroser dans des pratiques arrêtées mais qui, bien au contraire, tente de s'adapter à l'évolution des tendances.

Pour parvenir à inculquer à ce domaine l'énergie qui permette son épanouissement, il importe de le considérer comme un système complexe, certes, mais cohérent, où les différentes composantes contribuent à la dynamique interne.

C'est pourquoi, plutôt que d'adopter une approche basée sur une vision réductrice qui segmenterait et compartimenterait les pratiques concernées, nous avons opté pour une approche englobante qui prend en considération les aspects culturels et économiques des enjeux, la complexité du processus de création et du système économique dominant, sans oublier les particularités des groupes et des individus en cause.

Les échanges nombreux qui se sont déroulés dans le cadre des travaux du Groupe de travail ont permis d'identifier les obstacles au développement du milieu et de cristalliser en quelque sorte les grands axes de développement. Pour l'essentiel, le développement des métiers d'art québécois passe par trois importants champs d'application : soit la culture, l'économie et la formation.

## Un levier de développement régional

Malgré le fait qu'on observe une forte concentration des artisans dans la grande région montréalaise, la pratique des métiers d'art se retrouve dans l'ensemble du territoire québécois.

Contrairement aux professionnels d'autres domaines culturels plus dépendants des grands centres pour leur survie et leur développement, les travailleurs autonomes et les chefs de petites entreprises jouissent d'une latitude et d'une autonomie qui leur permettent de s'établir à peu près n'importe où. Pour cette raison, le domaine des métiers d'art représente un potentiel important pour la création et le maintien d'emplois en région.

En ce qui concerne la production, les ateliers situés en région souffrent des mêmes difficultés que ceux des grands centres urbains (sous-équipement, faible capitalisation, etc.). Par ailleurs, en raison de la dispersion des ateliers sur le territoire, les artisans se retrouvent, plus souvent

qu'autrement, isolés les uns des autres. Cette situation rend plus aigu le besoin de regroupement et de mise en commun des ressources et des services.

D'autre part, bien que la clientèle touristique représente un marché profitable aux artisans et aux entreprises régionales, le caractère saisonnier de ce marché rend nécessaire l'adaptation de leurs produits et services aux besoins du marché de la consommation courante, ainsi que leur diffusion à l'extérieur de la région, afin d'assurer des ventes plus constantes.

### Des actions réalistes

Le plan d'action établit des orientations et des actions diversifiées en accord avec la pluralité des pratiques, des situations et des besoins. Les orientations retenues comme base du développement anticipé s'articulent prioritairement autour des axes de la production et de la mise en marché. Certaines orientations concernent directement la création, tandis que d'autres portent sur la formation et le perfectionnement, considérés comme entreprise commune de soutien à tous les objectifs de développement culturel et économique du domaine.

Les actions qui concrétisent ces orientations sont de deux ordres : des actions générales, utiles à l'ensemble du domaine sans égard au type de pratique (ex. : développer une image de marque), et des actions spécifiques ayant pour but de soutenir l'effort de développement et la structuration de certains secteurs d'activité (ex. : soutien aux ateliers de groupe, aux regroupements, etc.), ou de répondre à des problématiques particulières, notamment celle des régions.

### La création

La pratique des métiers d'art répond à l'impératif de la création sans cesse renouvelée et de l'actualisation des savoir-faire. C'est ce qui façonne la particularité de l'objet ou du travail accompli et qui constitue un attrait pour le consommateur. Pousser son savoir-faire vers une réalisation personnelle et esthétique et retrouver le plaisir du travail bien fait représentent pour l'artisan des valeurs indispensables à son équilibre de vie.

C'est pourquoi il importe

- ***de soutenir adéquatement les activités de recherche et d'expérimentation des artisans et des entreprises québécoises.***

## La production

La concrétisation de l'acte créateur réside dans la production elle-même. Que la production s'accomplisse selon un processus individuel ou selon une structure de travail impliquant des partenaires spécialisés, la compétence en demeure l'exigence fondamentale et, pour l'atteindre, une organisation efficace du travail s'avère indispensable.

La consolidation des entreprises du domaine s'appuie sur le développement des moyens de production, car c'est en garantissant une capacité constante de production, la qualité et un volume suffisant de produits que les marchés s'ouvriront aux métiers d'art québécois.

C'est pourquoi il importe

- ***d'améliorer les moyens de production des ateliers individuels, collectifs et intermédiaires;***
- ***de stimuler la croissance des entreprises en adaptant les outils de financement de la SODEC et en instaurant des mesures fiscales appropriées.***

## La mise en marché

L'amélioration des possibilités de création et de la capacité de production ne prend son sens que si elle s'accompagne d'efforts pour élargir le marché et augmenter les ventes.

Pour développer un marché, il faut diminuer les coûts de production, augmenter la productivité et conquérir progressivement plus de parts de ce marché. Pour y parvenir, il est essentiel de bien connaître les marchés visés, leurs contraintes et leurs perspectives de développement.

En conséquence, il importe

- ***de consolider les structures de vente directe existantes et de contribuer à en étendre la pratique;***
- ***de développer de nouveaux marchés, et en particulier le marché de la consommation courante;***
- ***de stimuler la croissance des ventes de produits et l'offre de services québécois sur les marchés extérieurs;***
- ***d'exploiter plus efficacement le potentiel de vente que constituent les clientèles spécialisées;***
- ***de faire connaître et reconnaître l'importance économique et culturelle des métiers d'art québécois auprès de la population, des pouvoirs publics et des intervenants spécialisés.***

## La formation et le perfectionnement

La pérennité des métiers d'art repose principalement sur la qualité des formations offertes. Ainsi, la formation et le perfectionnement ne sont pas une fin en soi, mais bien un ensemble de moyens et d'approches permettant d'atteindre les objectifs de développement.

L'évolution continue des marchés ouverts aux artisans et aux entreprises des métiers d'art exige une mise à jour constante des compétences et des savoir-faire.

C'est pourquoi il importe

- ***de développer divers scénarios d'actualisation de la formation, que ce soit en prolongement des programmes existants ou en complémentarité avec ceux-ci;***
- ***de permettre aux écoles-ateliers et aux autres organismes de formation intégrés au système d'enseignement public de se développer, notamment au chapitre des équipements;***

- ***de développer un ensemble de mesures qui permettent aux artisans et aux entreprises d'acquérir les compétences nécessaires à leur développement.***

## La structuration

Le développement des métiers d'art québécois nécessite la mise en place de mécanismes et la réalisation d'interventions concrètes sur plusieurs plans. Le plan d'action propose des orientations et des actions réparties selon les grands secteurs qui composent la chaîne économique du domaine.

Toutefois, tout au long du processus de consultation, des besoins d'ordre plus général ont été identifiés. Dans certains cas, ces besoins sont liés à la nature particulière des métiers d'art au regard des autres industries culturelles, tandis que parfois, ils sont partagés avec l'ensemble des domaines culturels.

C'est pourquoi il importe

- ***de réaliser la mise en réseau des sources d'information sur les métiers d'art afin d'en faciliter l'accès;***
- ***d'améliorer la gestion des entreprises par l'accès à des expertises professionnelles et la mise en commun de services.***

## 3. CRÉATION ET RECHERCHE

### 3.1 Encourager la création et la recherche

Pour se distinguer de la concurrence, l'artisan doit innover. Cela suppose qu'il consacre une part importante de son temps à la recherche et à l'expérimentation (création, matériaux, techniques et procédés de fabrication, etc.).

Comme la grande majorité des artisans assument la totalité des fonctions de conception, de production et de mise en marché, il leur est difficile de trouver le temps nécessaire à cette recherche.

S'ajoute à cette contrainte le fait que les artisans québécois n'ont pas accès à des ateliers dotés d'équipements de pointe, pas plus qu'à du soutien technique et financier à la recherche et à l'expérimentation. De plus, contrairement à ce qui se passe dans d'autres domaines de production de biens de consommation, les alliances entre intervenants possédant des expertises complémentaires pour le développement de nouveaux produits n'existent à peu près pas.

La principale conséquence de tous ces facteurs conjugués est que les artisans québécois éprouvent d'importantes difficultés à exploiter tout le potentiel de leurs produits sur les marchés existants, ainsi qu'à renouveler ou à diversifier leur production.

Autant du point de vue culturel qu'économique, il est fondamental de créer les conditions qui permettent aux intervenants du domaine de progresser.

**ORIENTATION**

**Soutenir adéquatement les activités de recherche et d'expérimentation des artisans et des entreprises québécoises**

**ACTIONS**

1. Adapter le soutien à la recherche du CALQ afin qu'il corresponde aux besoins réels des artisans et des organismes en matière de recherche, de création et de fabrication de prototypes.

**CALQ**

2. Adapter les programmes d'aide de la SODEC pour rendre admissibles les frais de recherche liés au développement ou à l'amélioration des procédés de fabrication.

**SODEC**

3. Favoriser les alliances stratégiques entre les artisans et les professionnels d'autres disciplines en créant un prix qui reconnaîtra les réussites exceptionnelles en ce domaine.

**CALQ, CMAQ, SODEC**

4. Favoriser l'utilisation des écoles-ateliers à des fins de recherche et de développement, par les professionnels des disciplines concernées.

**MCC, CALQ, SODEC**

## 4. PRODUCTION

La situation de travailleur autonome assure à l'artisan une certaine liberté dans l'organisation de sa production et l'aménagement de son temps de loisir. Cependant, elle a aussi un impact sur le développement de son entreprise et du domaine en général. En effet, ce mode de production autonome (pièce unique et petite série) et la mise en marché qui en découle (vente directe) ont pour résultat :

- de limiter la croissance du chiffre d'affaires;
- de priver l'entreprise de certaines avenues de distribution à plus large échelle (réseau de distribution par le recours à un intermédiaire);
- d'alourdir la gestion par l'augmentation saisonnière des produits en stock, en plus de restreindre l'amélioration des conditions de travail et de production (acquisition d'équipements performants, embauche de main-d'œuvre, etc.);
- de ne pas inciter l'artisan à minimiser ses coûts de production.

Au cours des dernières années, nous avons assisté à l'émergence d'ateliers intermédiaires, constitués sur le modèle de l'infrastructure industrielle. Pour ces entreprises, l'exigence première est de maintenir un volume de production constant. Leur développement est directement lié aux conditions de la production : équipement adapté et organisation efficace du travail.

Cependant, compte tenu de la faible capitalisation des entreprises en métiers d'art et des risques que comporte le passage à un stade d'entreprise intermédiaire, plusieurs artisans préfèrent freiner le développement de leurs affaires.

Au plan économique, l'existence d'un nombre satisfaisant d'entreprises intermédiaires vient faire contrepoids aux micro-entreprises et aux travailleurs autonomes, qui sont en nombre très élevé en métiers d'art. Ce rééquilibrage ne peut qu'avoir des effets positifs sur le développement du domaine dans son ensemble.

C'est pourquoi, tout en accroissant le soutien au développement des moyens de production des ateliers individuels et collectifs, il est primordial de créer des conditions qui favoriseront la croissance des entreprises en métiers d'art qui possèdent ce potentiel de développement.

## 4.1 Améliorer les moyens de production

La compétitivité des ateliers québécois face aux produits importés est grandement limitée par le sous-équipement généralisé. Ce sous-équipement, couplé à l'inexistence de solutions alternatives telles que les maillages d'entreprises, restreint la croissance et la diversification de la production.

La production en série qui permet de répondre aux besoins du marché par l'étalement des ventes sur une base annuelle plutôt que saisonnière, constitue une avenue intéressante pour plusieurs. Or, très peu d'entreprises disposent d'une infrastructure (équipement, organisation du travail et main-d'œuvre) propre à la fabrication à grande échelle de leurs créations, ou de produits créés par d'autres artisans dont elles seraient, en quelque sorte, l'éditeur.

La majorité des artisans ne font appel qu'occasionnellement à des assistants ou à des sous-traitants pour les aider dans leur production en période de pointe. En l'absence d'une banque de ressources, ils éprouvent de la difficulté à trouver de la main-d'œuvre spécialisée et disponible au moment où ils en ont besoin.

Le rattrapage en matière d'équipements spécialisés, l'amélioration des conditions générales de production des ateliers, l'optimisation des procédés de fabrication ainsi que la constitution d'une banque de main-d'œuvre sont des conditions *sine qua non* de la croissance des activités, tant pour l'efficacité que pour le volume de production.

**ORIENTATION**

***Améliorer les moyens de production des ateliers individuels, collectifs et intermédiaires***

**ACTIONS**

1. Accroître les crédits disponibles pour l'acquisition et l'amélioration des équipements de production des ateliers privés ou collectifs, en valorisant l'adaptation aux nouvelles technologies de production.

**MCC, SODEC**

2. Créer un programme de soutien destiné à :
    - doter les artisans et les entreprises en phase de démarrage d'équipements adéquats;
    - améliorer les équipements des entreprises intermédiaires;
    - favoriser le développement d'alliances stratégiques entre les artisans ou les entreprises et d'autres intervenants spécialisés, afin de développer de nouveaux produits, d'améliorer les procédés de fabrication ou d'augmenter le volume de production.

**SODEC**

3. Constituer une banque de main-d'œuvre qualifiée et disponible pour effectuer des tâches d'assistance à la production dans les ateliers en métiers d'art, et rendre cette information accessible.

**EQ, CMAQ, Associations régionales**

## 4.2 Accroître le financement

La vitalité des diverses activités culturelles est étroitement liée aux ressources provenant de l'État par l'intermédiaire de ses institutions publiques. Celles-ci ont le mandat de soutenir la diversité des expressions culturelles et la viabilité des entreprises qui les produisent et les diffusent, et elles apparaissent *ipso facto* plus aptes à répondre adéquatement aux besoins des artisans.

Dans la situation actuelle, le ministère de la Culture et des Communications a transféré à la SODEC la majeure partie des dossiers relatifs aux métiers d'art. Ainsi, la SODEC dispose d'un modeste budget pour soutenir les activités de production et de commercialisation des artisans et des entreprises du domaine. Elle soutient de manière importante le Conseil des métiers d'art du Québec dans la réalisation de nombreux mandats, ainsi que les écoles-ateliers dans leurs activités de recherche, de diffusion et d'appui au milieu professionnel. Pour sa part, le Conseil des arts et des lettres appuie modestement la création en métiers d'art. Au palier municipal, il existe un régime de subvention et de remboursement de certaines taxes pour les ateliers d'artisans à Montréal, à Québec et dans quelques autres municipalités.

Faute d'accessibilité à des programmes de soutien à vocation culturelle, les artisans se sont tournés vers les programmes d'aide aux petites entreprises. Quelques ateliers ont utilisé l'aide au démarrage, mais peu ont eu accès à de l'aide globale. Même si ces mesures ont permis une relative croissance, elles n'ont pas suffi car les besoins sont trop spécifiques et, pour certains programmes, trop modestes. En effet, les particularités des entreprises en métiers d'art et des industries culturelles en général font qu'elles ont de la difficulté à frayer leur chemin auprès des institutions financières. En somme, ce type de programmes ne permet pas d'appuyer la croissance des entreprises désireuses de passer du stade de micro-entreprise à celui d'entreprise intermédiaire.

En outre, les difficultés de trésorerie de bon nombre d'entreprises constituent un obstacle important à l'accroissement de leur productivité. Ce manque de liquidités est causé à des degrés divers par :

- les fluctuations importantes des entrées de fonds, dues au système des ventes saisonnières et à l'alternance des périodes de production et des périodes de vente;
- les coûts de production et des stocks lourds à porter à certaines périodes de l'année;
- la très faible capitalisation de ces entreprises et, incidemment, les difficultés à obtenir des crédits satisfaisants pour absorber les frais fixes et les coûts de production.

**ORIENTATION**

***Stimuler la croissance des entreprises en adaptant les outils de financement de la SODEC et en instaurant des mesures fiscales appropriées***

**ACTIONS**

1. Soutenir le passage de certaines entreprises du stade de micro-entreprise à celui d'entreprise intermédiaire, sur la base de leur plan d'affaires.

   **SODEC**

2. Financer une partie des coûts de production et des stocks des artisans et des entreprises.

   **SODEC**

3. Assurer la reconnaissance d'un statut de professionnel en métiers d'art donnant droit à de l'aide indirecte, au moyen de mesures fiscales (crédit d'impôt tel que pratiqué dans le domaine du design industriel, exemption de la taxe d'accise pour les joailliers, etc.).

**MCC, MIC, FINANCES**

## 5. MISE EN MARCHÉ

Au Québec, la mise en marché des produits des métiers d'art est fondée essentiellement sur la vente directe, soit aux consommateurs lors des salons et des événements, soit aux grossistes lors des salons de gros (hors Québec), soit aux boutiquiers.

Bien que les parts relatives à chacune de ces activités tendent à s'équivaloir, les salons de détail constituent la formule privilégiée de la majorité des artisans car il s'agit de lieux protégés de la concurrence étrangère et industrielle, tandis que les salons de gros sont prisés surtout par les entreprises. Les artisans peuvent y écouler directement leurs produits sans intermédiaire, quel que soit leur volume de production.

Cependant, le recours systématique à la vente directe a un impact sur la structure des prix. En effet, la plupart des artisans qui utilisent exclusivement ce mode de vente n'incluent pas les coûts attribuables à la mise en marché dans leur prix de vente. Travaillant sans intermédiaire, ils absorbent ces coûts dans les opérations globales. Ils sont donc moins portés à analyser les coûts de revient réels de leurs produits.

### 5.1 Construire sur les acquis

La vente directe exige beaucoup de temps et d'énergie de la part des artisans, grugeant le temps nécessaire à la recherche et au développement de nouveaux produits.

Toutefois, elle revêt un avantage indiscutable, qui est de permettre un contact direct avec les consommateurs, assurant de la sorte aux artisans une meilleure connaissance des goûts du public.

Il faut reconnaître que ce type de mise en marché est bien adapté au mode de production des artisans et constitue une formule bien intégrée dans les habitudes de consommation d'un segment important de la population québécoise, comme en témoigne la popularité des nombreux salons régionaux.

**ORIENTATION**

***Consolider les structures de vente directe existantes et contribuer à en étendre la pratique***

**ACTIONS**

1. Consolider les salons nationaux et régionaux existants et favoriser le développement de cette pratique en prenant en considération les marchés québécois.

   **MCC, SODEC**

2. Soutenir les artisans et les entreprises dans leur développement de services de vente directe intégrant les nouvelles technologies de l'information (sites web).

   **SODEC**

## 5.2 Élargir les marchés

Avec l'ouverture des marchés mondiaux caractérisée par une croissance significative des importations, l'accroissement du nombre d'entreprises en métiers d'art, la multiplication des mécanismes et des réseaux de commercialisation ainsi que l'implantation progressive d'outils de marketing informatisés, les règles du jeu se transforment à un rythme accéléré.

L'industrie québécoise des métiers d'art s'inscrit dans le contexte nord-américain, qui en est maintenant à une phase de consolidation importante. Afin de tirer leur épingle du jeu dans cette nouvelle logique du marché, les artisans québécois devront de plus en plus cibler des créneaux particuliers dans lesquels ils pourront développer des produits distinctifs, en accord avec les tendances observées dans des segments précis de clientèles.

Or, force est de constater qu'au Québec, si l'on connaît bien les comportements des acheteurs et visiteurs des salons de métiers d'art, il en va tout autrement des consommateurs « moyens », ceux qui ne fréquentent pas les événements dédiés aux métiers d'art et les boutiques spécialisées.

Le plus souvent, c'est à partir du seul point de vue des artisans (l'offre) que l'on effectue la mise en marché des produits des métiers d'art. Or, pour être efficace, une stratégie de mise en

marché doit considérer avec autant d'attention la demande existante ou potentielle : les besoins et les attentes des consommateurs, et leurs comportements face à ce type de produits.

À cet égard, l'une des très rares études portant sur la demande de produits de métiers d'art, l'étude Léger et Léger[14], fait état de certaines caractéristiques du consommateur d'objets d'art et de métiers d'art qui viennent nuancer les idées généralement véhiculées à ce sujet parmi les artisans.

Ainsi, l'étude établit que :

- la qualité de la création, la beauté et le design des objets sont les incitatifs à l'achat les plus puissants; on achète un objet beau et original, pas nécessairement un produit identifié aux métiers d'art;
- la provenance de l'objet (son lieu de fabrication) joue un rôle plus important que le fait qu'il appartienne à un domaine culturel déterminé : design, arts visuels, métiers d'art, etc.;
- le lieu où l'achat est effectué confère un cachet particulier à l'objet acquis : boutique spécialisée (décoration, design, musée, etc.);
- c'est la qualité de la fabrication que l'on recherche; qu'il s'agisse d'un objet de « design » ou « fait-main » ne revêt pas une grande importance aux yeux du consommateur.

L'artisan est sans aucun doute le meilleur agent de promotion pour ses produits. Toutefois, avec la spécialisation grandissante des fonctions de commercialisation et de distribution, les informations pertinentes sur les marchés et les clientèles appartiennent généralement aux professionnels de la commercialisation que sont les agents, les distributeurs et les détaillants. C'est pourquoi l'établissement de liens d'affaires avec ces spécialistes peut être d'un apport très important pour les artisans et les entreprises.

Par ailleurs, il importe d'établir des mesures d'encouragement pour les commerçants afin d'accroître la quantité de produits des métiers d'art québécois dans les boutiques spécialisées (décoration, arts de la table, cadeaux, mode, etc.).

---

14. Le Groupe Léger et Léger, *Les arts de la table*, mars 1996, 45 pages.

**ORIENTATION**

***Développer de nouveaux marchés, et en particulier le marché de la consommation courante***

**ACTIONS**

1. Soutenir financièrement la réalisation d'études de marché spécifiques permettant d'établir les besoins et les attentes des consommateurs et d'identifier les tendances de consommation, afin d'élaborer des stratégies pour le développement de nouveaux marchés.

   **MCC, MIC, SODEC**

2. Soutenir les intervenants spécialisés privés (grossistes, distributeurs, agents, boutiquiers, etc.) dans leurs efforts de commercialisation des produits des métiers d'art québécois.

   **MIC, SODEC**

3. Soutenir les artisans et les entreprises qui envisagent la croissance de leur chiffre d'affaires et qui s'engagent dans l'exploration et le développement de marchés.

   **MIC, SODEC**

## 5.3 Développer les marchés extérieurs

La taille du marché intérieur étant limitée, l'exportation devient un objectif d'expansion pour bon nombre d'artisans et d'entreprises désireux d'accroître leur part des marchés. De plus, le rayonnement à l'étranger contribue à l'image de marque des métiers d'art et s'intègre à une stratégie de commercialisation.

Cependant, l'exportation ne convient pas à toutes les entreprises. Il importe donc que l'artisan intéressé à se lancer dans cette voie soit en mesure d'établir l'adéquation entre le produit offert et le marché ciblé.

Les artisans et les entreprises qui se donnent un plan d'affaires ou qui ont un projet pour les marchés extérieurs peuvent avoir accès au programme Sodexport de la SODEC pour la réalisation d'opérations commerciales hors Québec. Cette aide est accordée sous forme de

subvention et d'aide remboursable. Par ailleurs, la SODEC se préoccupe du rayonnement de la production québécoise à l'étranger, en soutenant des participations à divers événements de prestige.

**ORIENTATION**

***Stimuler la croissance des ventes de produits et l'offre de services québécois sur les marchés extérieurs***

**ACTIONS**

1. Soutenir la réalisation d'études de marché (volumes d'affaires, structure et organisation des marchés étrangers) afin d'appuyer les interventions des artisans et des entreprises québécoises sur ces marchés.

   **SODEC**

2. Soutenir les entreprises désireuses de travailler à l'exportation, en rendant accessibles les données recueillies et en accroissant les activités d'information à cet égard (séminaire, atelier, conférence, regroupement d'exportateurs, rencontre avec les délégations commerciales, etc.).

   **MIC, SODEC, CMAQ**

3. Reconnaître les expériences réussies et susciter l'émulation par la création d'un prix d'excellence en exportation.

   **SODEC**

4. Soutenir les activités de rayonnement culturel des métiers d'art québécois à l'étranger.

   **MCC, SODEC**

## 5.4 Rejoindre les clientèles spécialisées

Si l'on se fie à l'Organisation mondiale du tourisme, le marché touristique est celui qui connaîtra la plus forte croissance dans les dix prochaines années, car les programmes de promotion des villes nord-américaines sont en hausse.

Par ailleurs, le segment de la clientèle touristique qualifié de « tourisme culturel » est composé de personnes plus scolarisées et mieux nanties que la moyenne. Cette clientèle est donc plus exigeante quant à la qualité des produits et recherche surtout des produits qui se distinguent. Plus souvent qu'autrement, elle s'attend à ce que les produits achetés soient fabriqués avec des matériaux locaux.

Diverses formules existantes ou en voie de développement sur le territoire québécois pourraient être mises à profit, à des degrés divers, pour la mise en marché des produits des métiers d'art. Nous pensons plus particulièrement au réseau des Économusées du Québec, au programme Villes et Villages d'Art et de Patrimoine ou à l'Association Villes et Métiers d'art.

De plus, en raison de leurs domaines d'activités, certains commerces ou professions (architectes, architectes paysagistes, décorateurs, services funéraires, etc.) forment en quelque sorte un réseau de clients spécialisés pour les artisans et les entreprises en métiers d'art. C'est pourquoi plusieurs artisans développent des gammes de produits spécifiques aux marchés que ces professions desservent.

**ORIENTATION**

***Exploiter plus efficacement le potentiel de vente que constituent les clientèles spécialisées***

**ACTIONS**

1. Soutenir les opérations de mise en marché que réalisent les artisans et les entreprises auprès des clientèles spécialisées, notamment touristiques, dans la mesure où ces interventions s'inscrivent dans leur plan d'affaires.

   **SODEC**

2. Susciter des alliances stratégiques avec différents partenaires régionaux (municipalités, milieu touristique, ministères, organismes de développement, associations, etc.) de manière à inscrire les produits des métiers d'art dans l'offre touristique.

   **MCC, MR, CALQ, SODEC**

3. Établir des ententes avec les intervenants de l'accueil touristique afin d'intégrer les produits des métiers d'art dans les points de vente prestigieux (hôtels, musées, etc.).

**CMAQ**

## 5.5 Créer une image de marque

D'une manière générale, les métiers d'art composent un domaine mal connu et mal compris, le plus souvent associé à une image passéiste et réductrice. Bien que de nombreux créateurs québécois du domaine se méritent l'estime et la reconnaissance des milieux professionnels à l'échelle internationale, ces modèles de réussite demeurent méconnus du grand public, et même des artisans.

Parfois aussi, leurs succès sont attribuables à des pratiques distinctes, en périphérie des métiers d'art (la mode, le design, le mobilier, etc.). Ce qui ne contribue pas à l'établissement de la notoriété du domaine.

Par ailleurs, la nature éclatée des pratiques en métiers d'art et leur évolution constante rendent difficile l'identification du territoire d'application des métiers d'art : tantôt perpétuation de savoir-faire traditionnels, tantôt création contemporaine apparentée aux arts visuels, ou encore, conception de prototypes reproductibles par procédés industriels.

Quant au rôle économique de cette industrie, il est beaucoup plus important qu'il n'y paraît de prime abord. Les métiers d'art créent et maintiennent une multitude d'emplois permanents et temporaires, et ont un impact économique plus significatif que bien d'autres industries culturelles.

De toute évidence, le fait que très peu de chercheurs et d'institutions d'enseignement et de recherche s'intéressent aux métiers d'art d'un point de vue culturel ou économique, ajouté à l'absence quasi totale de publications spécialisées ou de vulgarisation sur le sujet, expliquent en bonne partie la méconnaissance généralisée dont ce domaine est victime.

**ORIENTATION**

***Faire connaître et reconnaître l'importance économique et culturelle des métiers d'art québécois auprès de la population, des pouvoirs publics et des intervenants spécialisés***

**ACTIONS**

1. Soutenir, sur l'ensemble du territoire, des événements qui reconnaissent le principe de l'excellence dans la diversité des pratiques, en misant sur les exemples probants de réussite et les personnalités dominantes du domaine et ce, sans distinction entre les œuvres de création unique et les objets de production courante.

   **MCC, CALQ, SODEC**

2. Soutenir des activités de sensibilisation et d'initiation aux métiers d'art pour les élèves des différents niveaux scolaires du Québec.

   **MCC, MEQ, CMAQ**

3. Promouvoir l'excellence des métiers d'art québécois auprès des instances publiques et des grandes corporations privées afin de stimuler l'achat.

   **MCC, CMAQ**

4. Susciter l'intérêt des milieux de la recherche et de l'enseignement pour les métiers d'art en tant qu'acteurs culturels et économiques, et valoriser la diffusion des connaissances acquises en soutenant les activités de diffusion réalisées par les partenaires (institutions, musées, centres d'exposition, etc.) sous forme de publications, d'expositions, d'événements, etc.

   **MCC, MEQ, CMAQ**

5. S'assurer que la future politique muséale québécoise intègre dans ses objectifs l'acquisition, la conservation et la mise en valeur des produits des métiers d'art québécois anciens et contemporains (collection Prêt d'œuvres d'art, etc.).

   **MCC, CALQ, SODEC, CMAQ**

## 6. FORMATION ET PERFECTIONNEMENT

La pérennité des métiers d'art dépend de la qualité des formations offertes. Ainsi, la formation et le perfectionnement professionnel ne sont pas une fin en soi, mais bien une entreprise commune liée à tous les objectifs de développement culturel et économique.

Le programme de formation initiale de niveau collégial vise à former un artisan qui, en tant que travailleur autonome, crée ses produits, les fabrique, en assure la vente, développe de nouveaux marchés et effectue la gestion financière de son entreprise.

Depuis 1989, la formation spécialisée dans les disciplines des métiers d'art est assumée par les collèges avec la collaboration principale des écoles-ateliers, créées selon les critères établis dans le cadre du Plan national de formation en métiers d'art.

Ces écoles-ateliers, comme leur nom l'indique, se veulent à la fois institution d'enseignement et organisme en lien avec les milieux professionnels disciplinaires. C'est pourquoi elles bénéficient d'un financement partagé en vertu d'une entente entre le ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCC) et du ministère de l'Éducation (MEQ).

Le MEQ finance les coûts liés à l'enseignement et une partie des frais inhérents (locaux, matériel, etc.), alors que la participation financière de la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC), depuis 1996, vise à soutenir les activités de recherche, de diffusion et d'encadrement du milieu professionnel qui y sont réalisées.

Outre ce programme de Techniques de métiers d'art (DEC 573.01), d'autres types de formation publique existent au niveau secondaire (bijouterie, horlogerie, ébénisterie, etc.). De plus, certains programmes de baccalauréat offrent des options apparentées aux métiers d'art (céramique, textile, etc.).

## 6.1 Consolider le système de formation existant et en stimuler le développement

L'intégration des finissants du programme collégial au marché du travail se heurte à d'importantes difficultés. Il semble que :

- le marché des produits des métiers d'art québécois n'a pas progressé de façon significative au cours des dernières années, rendant difficile pour de nouveaux entrepreneurs de s'y tailler une place et de vivre décemment de la vente de leurs produits;
- par ailleurs, le domaine est composé majoritairement de travailleurs autonomes ou de micro-entreprises qui embauchent très peu, et le plus souvent de manière occasionnelle.

Plusieurs types d'interventions ont été proposés pour faciliter l'intégration professionnelle des finissants. Ces mesures peuvent s'adapter aux différents milieux disciplinaires concernés : stages en ateliers de production ou en industrie, incubateurs d'entreprise, parrainage et mentorat, etc.

**ORIENTATION**

***Développer divers scénarios d'actualisation de la formation, que ce soit en prolongement des programmes existants ou en complémentarité avec ceux-ci***

**ACTIONS**

1. Renforcer la formation technique existante en mettant en place une Attestation d'études collégiales (A.E.C.) correspondant aux besoins de spécialisation actuels (restauration, gestion d'entreprise, commercialisation, etc.).

   **MCC, MEQ, Cégeps**

2. Soutenir des formules innovatrices qui facilitent l'intégration des finissants du programme Techniques de métiers d'arts au milieu du travail.

   **MCC, MEQ, EQ, CALQ, CMAQ**

3. Créer des passerelles entre les ordres d'enseignement afin de permettre l'acquisition de compétences associées à différentes pratiques en métiers d'art.

**MCC, MEQ**

4. Dans les disciplines qui ne sont pas couvertes par les options du programme Techniques de métiers d'art ou dans certaines régions où des besoins spécifiques ont été identifiés, créer des régimes d'apprentissage appropriés en lien avec les ressources institutionnelles du milieu, ou en développant la formule de l'atelier-école.

**MCC, MEQ, EQ**

## 6.2 Assurer le développement des équipements voués à la formation

Les budgets de soutien aux écoles-ateliers du ministère de l'Éducation et ceux de la SODEC sont demeurés sensiblement les mêmes depuis plusieurs années. En contrepartie, les coûts liés à la formation, les coûts d'opération générale et ceux des activités de recherche, de diffusion et de soutien au milieu professionnel n'ont cessé de croître. Cela contribue à maintenir les écoles-ateliers dans une situation précaire sur le plan financier.

Par ailleurs, en raison d'une utilisation intensive, les équipements dont sont dotées ces écoles-ateliers subissent un vieillissement prématuré qui nécessite des investissements pour la réparation ou le renouvellement.

**ORIENTATION**

***Permettre aux écoles-ateliers et aux autres organismes de formation intégrés au système d'enseignement public de se développer, notamment au chapitre des équipements***

**ACTIONS**

1. Réaliser un inventaire des équipements dans le réseau d'enseignement et de formation (secondaire et collégial) afin d'évaluer les besoins et d'établir un programme de financement de la mise à niveau.

**MCC, MEQ**

2. S'assurer que le programme de soutien aux équipements culturels du ministère de la Culture et des Communications du Québec réponde de manière satisfaisante aux besoins de renouvellement et d'entretien des équipements et de l'outillage spécialisé dans les centres de formation et d'enseignement.

**MCC**

3. S'assurer que le modèle de financement des cégeps (formule FABES) soutienne adéquatement le développement des écoles-ateliers dans toutes les options couvertes par le Plan national de formation en métiers d'art.

**MCC, MEQ, CFCMA, IMA**

4. Évaluer les avantages et les contraintes que représenterait le regroupement de certaines écoles-ateliers de Montréal pour la mise en commun d'espaces, d'équipements et de ressources variées, à partir du regroupement réalisé par trois écoles-ateliers de Québec.[15]

**MCC, MEQ, Cégep du Vieux-Montréal**

## 6.3 Assurer le perfectionnement des compétences

Les travailleurs autonomes sont de plus en plus nombreux à réclamer un accès continu au perfectionnement. Les artisans sont de ce nombre car ils doivent, pour demeurer compétitifs, renouveler leur savoir. C'est en se familiarisant avec les nouvelles pratiques, les nouveaux matériaux ou les nouvelles technologies qu'ils seront à même de participer au renouvellement des savoir-faire.

La formation et le perfectionnement doivent être accessibles non seulement aux jeunes, mais également aux artisans en activité qui souhaitent se perfectionner et aux chefs d'entreprise qui ont besoin d'actualiser leurs connaissances.

Il faut s'assurer que les artisans et les gestionnaires d'entreprise en métiers d'art aient accès au perfectionnement approprié dans divers domaines liés à leur métier, à la gestion de leur entreprise et au développement de leurs marchés.

15. École-atelier de sculpture de Québec, École de céramique de Québec et Centre de formation textile de l'Est du Québec.

**ORIENTATION**

***Développer un ensemble de mesures qui permettent aux artisans et aux entreprises d'acquérir les compétences nécessaires à leur développement***

**ACTIONS**

1. Rendre accessible aux artisans et aux entreprises des métiers d'art un répertoire de la formation et du perfectionnement professionnel dont ils peuvent bénéficier.

   **MCC, EQ, CALQ, CMAQ, CFCMA, IMA**

2. Développer des approches de perfectionnement qui tiennent compte des spécificités régionales et qui mettent à contribution les ressources et les équipements déjà implantés en région (milieu institutionnel et corporations privées).

   **MCC, EQ, CALQ**

3. Bonifier le programme d'aide individuelle pour le perfectionnement d'Emploi Québec, et s'assurer qu'il intègre les nouvelles technologies de création et de production.

   **MCC, EQ**

## 7. STRUCTURATION

Outre les actions spécifiques à chacun des grands axes de développement que représentent la création et la recherche, la production, la mise en marché ainsi que la formation et le perfectionnement, des interventions plus englobantes sont nécessaires pour garantir le développement souhaité dans le domaine des métiers d'art.

### 7.1 Canaliser l'information

Actuellement, il n'existe pas d'endroit ou de service de référence où les artisans (membres ou non du CMAQ), et les intervenants culturels et économiques concernés par les métiers d'art, puissent trouver les études déjà réalisées ainsi qu'un répertoire des ressources disponibles : organismes et personnes-conseils, programmes d'aide, main-d'œuvre, formation, etc.

D'autre part, comme dans les autres domaines des industries culturelles (livre, chanson, etc.), la nécessité de créer un observatoire se fait sentir. Cet observatoire permettrait de suivre l'évolution du domaine en colligeant les données économiques actualisées et, surtout, en les rendant accessibles de façon permanente.

**ORIENTATION**

***Réaliser la mise en réseau des sources d'information sur les métiers d'art afin d'en faciliter l'accès***

**ACTIONS**

1. Créer un observatoire des métiers d'art qui aurait pour rôle :
    - d'établir le portrait économique du domaine;
    - d'œuvrer à la mise en réseau des données existantes;
    - d'élaborer le tableau de bord du domaine et, à l'aide d'indicateurs économiques, d'en suivre l'évolution et les tendances;
    - de colliger l'information existante : études réalisées, événements, ressources, banque de main-d'œuvre, programmes de soutien et de formation, etc.;
    - de traiter les données pour en faciliter la diffusion et l'accès;
    - d'établir des indicateurs de performance pour le domaine.

**SODEC**

## 7.2 Développer l'entrepreneuriat

Comme nous l'avons mentionné précédemment, le domaine des métiers d'art se distingue des autres domaines culturels du fait qu'il est composé presque exclusivement de travailleurs autonomes, de micro-entreprises et de coopératives. Les organismes à but non lucratif existants sont les organismes associatifs disciplinaires ou régionaux.

Cette distinction modifie substantiellement les pratiques de soutien de l'État à l'endroit des individus et des entreprises du domaine. Ainsi, les services de soutien au développement dont ils disposent sont ceux réservés au démarrage d'entreprise : SAJE (Service d'aide aux jeunes entrepreneurs), centres d'entrepreneurship, incubateurs d'entreprises, etc.

Actuellement, les compétences des artisans en gestion d'entreprise s'acquièrent par la pratique, à titre d'employé ou de stagiaire dans une entreprise artisanale. Les difficultés éprouvées par plusieurs d'entre eux dans la gestion de leur entreprise résultent notamment d'un manque de connaissances en gestion, et du fait qu'ils ne peuvent consacrer à cette tâche le temps et l'énergie qu'elle nécessite.

En conséquence, si les artisans pouvaient disposer de services d'appoint sur mesure offerts par des consultants spécialisés ou par l'intermédiaire de regroupements de services, ils règleraient de nombreux problèmes de gestion tout en conservant leur pleine autonomie professionnelle.

De plus, la formule de « services à la carte » peut représenter une solution adéquate aux problèmes vécus par les artisans et les entreprises situées en région.

Divers aspects de la gestion peuvent être abordés par cette formule de services : la gestion administrative et comptable, la promotion et les relations de presse, les services d'imprimerie, la photographie publicitaire, le courtage en douane, le transport, l'approvisionnement, les services juridiques, les services d'atelier.

**ORIENTATION**

***Améliorer la gestion des entreprises par l'accès à des expertises professionnelles et la mise en commun de services***

**ACTIONS**

1. Soutenir le développement d'une banque de consultants pouvant offrir des services d'appoint sur mesure portant sur divers aspects liés à la gestion d'un atelier.

   **CMAQ**

2. Susciter au besoin et soutenir des regroupements entre professionnels du domaine sur la base d'intérêts communs ou d'affinités électives. Les formules de regroupement pourraient varier énormément en fonction des objectifs poursuivis : coopératives, clubs d'entrepreneurs, regroupements à des fins d'exportation, d'information, de partage de services spécialisés, etc.

   **CMAQ**

## *ANNEXE A : Tableau-synthèse des actions et des mandats*

**Glossaire des acronymes utilisés dans le tableau-synthèse**

| | |
|---|---|
| CALQ | Conseil des arts et des lettres du Québec |
| CÉGEPS | Cégep du Vieux-Montréal et Collège de Limoilou |
| CFCMA | Centre de formation et de consultation en métiers d'art |
| CMAQ | Conseil des métiers d'art du Québec |
| EQ | Ministère de la Solidarité sociale (Emploi Québec) |
| FINANCES | Ministère des Finances |
| IMA | Institut des métiers d'art |
| MCC | Ministère de la Culture et des Communications |
| MR | Ministère des Régions |
| MEQ | Ministère de l'Éducation |
| MIC | Ministère de l'Industrie et du Commerce |
| SODEC | Société de développement des entreprises culturelles du Québec |

## CRÉATION ET RECHERCHE

| ACTIONS | MANDATS |
|---|---|
| ***3.[16] Soutenir adéquatement les activités de recherche et d'expérimentation des artisans et des entreprises québécoises*** | |
| 1. Adapter le soutien à la recherche du CALQ afin qu'il corresponde aux besoins réels des artisans et des organismes en matière de recherche, de création et de fabrication de prototypes. | CALQ |
| 2. Adapter les programmes d'aide de la SODEC pour rendre admissibles les frais de recherche liés au développement ou à l'amélioration des procédés de fabrication. | SODEC |
| 3. Favoriser les alliances stratégiques entre les artisans et les professionnels d'autres disciplines en créant une bourse qui reconnaîtra les réussites exceptionnelles en ce domaine. | CALQ, SODEC, CMAQ |
| 4. Favoriser l'utilisation des écoles-ateliers à des fins de recherche et de développement, par les professionnels des disciplines concernées. | MCC, CALQ, SODEC |

16. Cette numérotation réfère au chapitre du texte.

## PRODUCTION

| ACTIONS | MANDATS |
|---|---|
| ***4.1 Améliorer les moyens de production des ateliers individuels, collectifs et intermédiaires*** | |
| 1. Accroître les crédits disponibles pour l'acquisition et l'amélioration des équipements de production des ateliers privés ou collectifs, en valorisant l'adaptation aux nouvelles technologies de production. | MCC, SODEC |
| 2. Créer un programme de soutien destiné à :<br>• doter les artisans et les entreprises en phase de démarrage d'équipements adéquats;<br>• améliorer les équipements des entreprises intermédiaires;<br>• favoriser le développement d'alliances stratégiques entre les artisans ou les entreprises et d'autres intervenants spécialisés, afin de développer de nouveaux produits, d'améliorer les procédés de fabrication ou d'augmenter le volume de production. | SODEC |
| 3. Constituer une banque de main-d'œuvre qualifiée et disponible pour effectuer des tâches d'assistance à la production dans les ateliers en métiers d'art, et rendre cette information accessible. | EQ, CMAQ, Associations régionales |
| ***4.2 Stimuler la croissance des entreprises en adaptant les outils de financement de la SODEC et en instaurant des mesures fiscales appropriées*** | |
| 1. Soutenir le passage de certaines entreprises du stade de micro-entreprise à celui d'entreprise intermédiaire, sur la base de leur plan d'affaires. | SODEC |
| 2. Financer une partie des coûts de production et des stocks des artisans et des entreprises. | SODEC |
| 3. Assurer la reconnaissance d'un statut de professionnel en métiers d'art donnant droit à de l'aide indirecte, au moyen de mesures fiscales (crédit d'impôt tel que pratiqué dans le domaine du design industriel, exemption de la taxe d'accise pour les joailliers, etc.). | MCC, MIC, FINANCES |

## MISE EN MARCHÉ

| ACTIONS | MANDATS |
|---|---|
| ***5.1 Consolider les structures de vente directe existantes et contribuer à en étendre la pratique*** | |
| 1. Consolider les salons nationaux et régionaux existants et favoriser le développement de cette pratique en prenant en considération les marchés québécois. | MCC, SODEC |
| 2. Soutenir les artisans et les entreprises dans leur développement de services de vente directe intégrant les nouvelles technologies de l'information (sites web). | SODEC |
| ***5.2 Développer de nouveaux marchés, et en particulier le marché de la consommation courante*** | |
| 1. Soutenir financièrement la réalisation d'études de marché spécifiques permettant d'établir les besoins et les attentes des consommateurs et d'identifier les tendances de consommation, afin d'élaborer des stratégies pour le développement de nouveaux marchés. | MCC, MIC, SODEC |
| 2. Soutenir les intervenants spécialisés privés (grossistes, distributeurs, agents, boutiquiers, etc.) dans leurs efforts de commercialisation des produits des métiers d'art québécois. | MIC, SODEC |
| 3. Soutenir les artisans et les entreprises qui envisagent la croissance de leur chiffre d'affaires et qui s'engagent dans l'exploration et le développement de marchés. | MIC, SODEC |

## MISE EN MARCHÉ

| ACTIONS | MANDATS |
|---|---|
| ***5.3 Stimuler la croissance des ventes de produits et l'offre de services québécois sur les marchés extérieurs*** | |
| 1. Soutenir la réalisation d'études de marché (volumes d'affaires, structure et organisation des marchés étrangers) afin d'appuyer les interventions des artisans et des entreprises québécoises sur ces marchés. | SODEC |
| 2. Soutenir les entreprises désireuses de travailler à l'exportation, en rendant accessibles les données recueillies et en accroissant les activités d'information à cet égard (séminaire, atelier, conférence, regroupement d'exportateurs, rencontre avec les délégations commerciales, etc.). | MIC, SODEC, CMAQ |
| 3. Reconnaître les expériences réussies et susciter l'émulation par la création d'un prix d'excellence en exportation. | SODEC |
| 4. Soutenir les activités de rayonnement culturel des métiers d'art québécois à l'étranger. | MCC, SODEC |
| ***5.4 Exploiter plus efficacement le potentiel de vente que constituent les clientèles spécialisées*** | |
| 1. Soutenir les opérations de mise en marché que réalisent les artisans et les entreprises auprès des clientèles spécialisées, notamment touristiques, dans la mesure où ces interventions s'inscrivent dans leur plan d'affaires. | SODEC |
| 2. Susciter des alliances stratégiques avec différents partenaires régionaux (municipalités, milieu touristique, ministères, organismes de développement, associations, etc.) de manière à inscrire les produits des métiers d'art dans l'offre touristique. | MCC, MR, CALQ, SODEC |
| 3. Établir des ententes avec les intervenants de l'accueil touristique afin d'intégrer les produits des métiers d'art dans les points de vente prestigieux (hôtels, musées, etc.). | CMAQ |

## MISE EN MARCHÉ

| ACTIONS | MANDATS |
|---|---|
| ***5.5 Faire connaître et reconnaître l'importance économique et culturelle des métiers d'art québécois auprès de la population, des pouvoirs publics et des intervenants spécialisés*** | |
| 1. Soutenir, sur l'ensemble du territoire, des événements qui reconnaissent le principe de l'excellence dans la diversité des pratiques, en misant sur les exemples probants de réussite et les personnalités dominantes du domaine et ce, sans distinction entre les œuvres de création unique et les objets de production courante. | MCC, CALQ, SODEC |
| 2. Soutenir des activités de sensibilisation et d'initiation aux métiers d'art pour les élèves des différents niveaux scolaires du Québec. | MCC, MEQ, CMAQ |
| 3. Promouvoir l'excellence des métiers d'art québécois auprès des instances publiques et des grandes corporations privées afin d'en stimuler l'achat. | MCC, CMAQ |
| 4. Susciter l'intérêt des milieux de la recherche et de l'enseignement pour les métiers d'art en tant qu'acteurs culturels et économiques, et valoriser la diffusion des connaissances acquises en soutenant les activités de diffusion réalisées par les partenaires (institutions, musées, centres d'exposition, etc.) sous forme de publications, d'expositions, d'événements, etc. | MCC, MEQ, CMAQ |
| 5. S'assurer que la future politique muséale québécoise intègre dans ses objectifs l'acquisition, la conservation et la mise en valeur des produits des métiers d'art québécois anciens et contemporains (collection Prêt d'œuvres d'art, etc.). | MCC, CALQ, SODEC, CMAQ |

## FORMATION ET PERFECTIONNEMENT

| ACTIONS | MANDATS |
|---|---|
| ***6.1 Développer divers scénarios d'actualisation de la formation, que ce soit en prolongement des programmes existants ou en complémentarité avec ceux-ci*** | |
| 1. Renforcer la formation technique existante en mettant en place une Attestation d'études collégiales (A.E.C.) correspondant aux besoins de spécialisation actuels (restauration, gestion d'entreprise, commercialisation, etc.). | MCC, MEQ, CÉGEPS |
| 2. Soutenir des formules innovatrices qui facilitent l'intégration des finissants du programme Techniques de métiers d'arts au milieu du travail. | MCC, MEQ, EQ, CALQ, CMAQ |
| 3. Créer des passerelles entre les ordres d'enseignement afin de permettre l'acquisition de compétences associées à différentes pratiques en métiers d'art. | MCC, MEQ |
| 4. Dans les disciplines qui ne sont pas couvertes par les options du programme Techniques de métiers d'art ou dans certaines régions où des besoins spécifiques ont été identifiés, créer des régimes d'apprentissage appropriés en lien avec les ressources institutionnelles du milieu, ou en développant la formule de l'atelier-école. | MCC, MEQ, EQ |
| ***6.2 Permettre aux écoles-ateliers et aux autres organismes de formation intégrés au système d'enseignement public de se développer, notamment au chapitre des équipements*** | |
| 1. Réaliser un inventaire des équipements dans le réseau d'enseignement et de formation (secondaire et collégial) afin d'évaluer les besoins et d'établir un programme de financement de la mise à niveau. | MCC, MEQ |

## FORMATION ET PERFECTIONNEMENT

| ACTIONS | MANDATS |
|---|---|
| 2. S'assurer que le programme de soutien aux équipements culturels du ministère de la Culture et des Communications du Québec réponde de manière satisfaisante aux besoins de renouvellement et d'entretien des équipements et de l'outillage spécialisé dans les centres de formation et d'enseignement. | MCC |
| 3. S'assurer que le modèle de financement des cégeps (formule FABES) soutienne adéquatement le développement des écoles-ateliers dans toutes les options couvertes par le Plan national de formation en métiers d'art. | MCC, MEQ, CFCMA, IMA |
| 4. Évaluer les avantages et les contraintes que représenterait le regroupement de certaines écoles-ateliers de Montréal pour la mise en commun d'espaces, d'équipements et de ressources variées, à partir du regroupement réalisé par trois écoles-ateliers de Québec. | MCC, MEQ, Cégep du Vieux-Montréal |
| ***6.3 Développer un ensemble de mesures qui permettent aux artisans et aux entreprises d'acquérir les compétences nécessaires à leur développement*** | |
| 1. Rendre accessible aux artisans et aux entreprises des métiers d'art un répertoire de la formation et du perfectionnement professionnels dont ils peuvent bénéficier. | MCC, EQ, CALQ, CMAQ, CFCMA, IMA |
| 2. Développer des approches de perfectionnement qui tiennent compte des spécificités régionales et mettent à contribution les ressources et les équipements déjà implantés en région (milieu institutionnel et corporations privées). | MCC, EQ, CALQ |
| 3. Bonifier le programme d'aide individuelle pour le perfectionnement d'Emploi Québec, et s'assurer qu'il intègre les nouvelles technologies de création et de production. | MCC, EQ |

## STRUCTURATION

| ACTIONS | MANDATS |
|---|---|
| ***7.1 Réaliser la mise en réseau des sources d'information sur les métiers d'art afin d'en faciliter l'accès*** | |
| Créer un observatoire des métiers d'art qui aurait pour rôle :<br>• d'établir le portrait économique du domaine;<br>• d'œuvrer à la mise en réseau des données existantes;<br>• d'élaborer le tableau de bord du domaine et, à l'aide d'indicateurs économiques, d'en suivre l'évolution et les tendances;<br>• de colliger l'information existante : études réalisées, événements, ressources, banque de main-d'œuvre, programmes de soutien et de formation, etc.;<br>• de traiter les données pour en faciliter la diffusion et l'accès;<br>• d'établir des indicateurs de performance pour le domaine. | SODEC |
| ***7.2 Améliorer la gestion des entreprises par l'accès à des expertises professionnelles et la mise en commun de services*** | |
| 1. Soutenir le développement d'une banque de consultants pouvant offrir des services d'appoint sur mesure portant sur divers aspects liés à la gestion d'un atelier. | CMAQ |
| 2. Susciter au besoin et soutenir des regroupements entre professionnels du domaine sur la base d'intérêts communs ou d'affinités électives. Les formules de regroupement pourraient varier énormément en fonction des objectifs poursuivis : coopératives, clubs d'entrepreneurs, regroupements à des fins d'exportation, d'information, de partage de services spécialisés, etc. | CMAQ |

## *ANNEXE B : Composition du Groupe de travail*

### Président

Monsieur Guy Boivin, secrétaire général et directeur de l'administration et de la commercialisation, Musée de la civilisation

### Membres

Monsieur Gilles Bergeron, couturier et chausseur

Monsieur Jean-Louis Bouchard, directeur exécutif, Centre de formation et de consultation en métiers d'art

Madame Louise Bousquet, potière

Monsieur Michel Dallaire, designer

Monsieur Ghislain Duchesneau, agent distributeur

Monsieur Jean-Pierre Gauvreau, joaillier

Madame Louise Lapointe, sérigraphe sur tissu

Madame Louise Lemieux-Bérubé, présidente, CMAQ

Monsieur Jean Michel, ferronnier d'art et sculpteur

Monsieur Yvon Noël, directeur, École-atelier de sculpture de Québec

Monsieur Normand Paquin, directeur exécutif, Institut des métiers d'art

Monsieur Francesc Peich, joaillier-horloger

Madame Françoise Saliou, artisane verrier

### Les travaux du groupe de travail sont coordonnés par un comité restreint formé de

Madame Manon Forget, directrice générale des programmes de soutien aux entreprises culturelles, SODEC

Monsieur Yvan Gauthier, directeur général, Conseil des métiers d'art du Québec

Monsieur Alain Lallier, directeur général, Cégep du Vieux-Montréal

### Soutien et rédaction

Madame Renée Gélinas, coordonnatrice

Monsieur Dominique Jutras, chargé de projets, SODEC

Monsieur Martin Thivierge, chargé de projets, SODEC

## *ANNEXE C : Documents produits par le Groupe de travail*

Trois autres documents ont été produits par le Groupe de travail pour faciliter les travaux de concertation et soutenir la discussion.

Il s'agit de :

- *État de situation et problématiques des métiers d'art au Québec*, janvier 1998;
- *Forum sur les métiers d'art, un plan d'action pour l'avenir*, juin 1998;
- *Mémoires et autres documents*, août 1998, mise à jour: octobre 1998.

***